

化粧行為の学的研究対象としての可能性

— 化粧文化学会設立を視野に置いて —

石 田 かおり

The Possibility of the Study about Cosmetic Behavior as one
of the Scientific Research
— Intended to Establishing the Society of Cosmetic Culture Study —

Kaori ISHIDA

1. 「化粧」のイメージと社会的地位

「化粧」と聞いて何を思い浮かべるだろうか。「女性が眉を描いて口紅を引くこと」、あるいは「女性が白粉と口紅をつけること」というのがもっとも多い答えと予想される。最近では眉をカットして描き足して形を整えている若い男性も多く、それも「化粧をしている」こととされる。また、化粧年齢は近年急速に下がる一方で、顔を彩りマスカラやネールエナメルを着けた小中学生も見かけるが、それらも「化粧をしている」ことになる。一般に「化粧」と言われるのは、顔を中心とした身体表面を彩ることとされる。そして、ここ数十年の間は「化粧は女性だけがするもの」が常識になっていた。

ここで、本論で扱う「化粧」の範囲を細かく定義するつもりはないが、筆者は「化粧」という語を最も広い範囲を指す意味で使用するただけは断っておきたい。すなわち、身体表面を彩る行為だけでなく、「お肌のお手入れ」と言われる行為や毛髪を始めとする体毛を様々に加工すること、皮膚表面に傷をつけて加工する「身体変工」、付け毛・付け睫毛・付け爪などの体表延長行為、コルセットや纏足やダイエットなどによる体型変化行為なども視野に入れている。一言で表すなら、「身体の表面に手を加える人間の行為すべて」を扱うことにする。

こうした「化粧」に関して一般にどんなイメージが抱かれ、どのような言説が出回っている

のだろうか。「華やかな」、「きれいな」、「魅惑的な」などの美的価値と誘惑的なイメージがある一方で、「軽薄な」、「浪費的な」、「無駄な」、「外見だけ飾っても中身は空」、「粉飾」といった悪いイメージや評価もかなり多くあるのが実情だ。心のどこかで化粧を軽蔑している者は世の中に少なくない。それがたとえ当人が日々化粧をしている場合でも。さらに、何らかの理由で化粧に頼らなくては生きられない人でも、そうした自分の在り方を受け入れられない事実の裏返しとして、化粧に対して蔑視的な発言が認められることもある。歴史的にも化粧に関する言説は化粧蔑視あるいは化粧をする当人の蔑視（多くの場合は女性蔑視と結びついている）が続いてきた。「化粧は真面目に論ずるには及ばない、取るに足らぬ軽薄なものである」という化粧軽視論あるいは化粧無視論や、「化粧は成人女性の身だしなみとしては必用だが、それはあくまで身だしなみであり、目立った化粧は良家の子女にふさわしくない（ふさわしいのは娼妓のような色を売る女性という言外の意味を含む）」という化粧否定論しか見かけられない時代が長く続いた。

ちなみに各種の国語辞典で「化粧」を調べてみると、登場する意味は大きく以下のように分類できる。

①呪術の意味：ハレの場や人に結びついた意味

けしようにわ けしようにど
「化粧岩」・「化粧井戸」：神前に備えて巫女が
化粧をした岩や井戸
北条政子がその水
使用して化粧をした
井戸

けしようにみず
「化粧水」：神前に備えて巫女が化粧をした水
小野小町が化粧をした水

けわいざか
「化粧坂」：遊廓のある坂
首洗いの井戸のある坂

これらの「化粧」は異界（神・巫女・殺害した者の首）や身分が高く高名な女性といった、非日常の人や場所と結びついた意味である。ハレの徴としての化粧という、化粧の起源の1つの形がここに見られる。

②表面装飾・美化の意味

建築用語：「化粧板」「化粧瓦」「化粧金具」など（夥しい数がある）

樽用語（酒・醤油）：「化粧樽」「化粧縄」「化粧箍」

芝居用語：「化粧幕」「化粧声」

相撲用語：「化粧回」「化粧塩」

これらに共通して見られるのは「表面をきれいにした」「装飾した」という意味である。

ここに分類される語がもっとも多い。また、表面をきれいにしさえすれば中身が粗悪であったり安物であってもよいという意識の見られる語もある。（たとえばベニヤ板や木屑を固めたものの表面に化粧板を貼った机）

③みせかけ・粉飾の意味

けしようにだち
「化粧立」：（相撲用語）本当は取り組む気がないのに形だけ立ち上がってみせること

「化粧武士」：見かけだけ強そうで実は弱い武士

けしようにいくさ
「化粧軍」：実際は戦っていないのに戦をしているように見せかけただけの戦

けしようにわざ
「化粧業」：外観を飾るばかりで真実味のない行為。¹⁾

ここでの「化粧」の意味は内容の粗悪さや内容のなさを隠すための粉飾や、立派な外見に反する粗末な内容であるという意味になっている。

こうして国語辞典にある意味や用例を見ると、③に典型的に見られるように、「化粧」には「見せかけだけで中身を伴わない」意味や「表面だけを綺麗にする」、「粉飾」という意味があるために、「ほんとうは美人ではないのに化粧によって美しく見せかける」と思われたり、「中身の無い人間を化粧によって立派に見せる」と思われるなど、「化粧は外見を美化することで相手を欺くものだ」という考え方が生じるのも不思議ではない。また、こうしたことから、「化粧は一定の人（成人女性が一般的）には必用ではあっても本来は悪である」という考え方が生じたり、「化粧は取るに足らないものだ」という考え方が派生するのもまた、不自然なことではない。

「化粧」のイメージはこのようなのだが、しかし、化粧そのものは人類の歴史を通じて絶えることなく続けられてきた。体表を加工する化粧は短い時間で消失してしまい資料の発見が困難なために実証が難しいのでまだ推測の域を出ていないが、原始時代にはだれもが化粧をしていた可能性もある。やがて身分・階級が分化すると化粧は上層階級の独占物になり、それが千年単位で続いた。世界に先駆けて日本は15世紀までには都市住人の間での大衆化が見られるが、全国規模の大衆化が起こったのは、世界的に20世紀に入ってからである。しかし、ごく一部の上層階級のものであった化粧は、社会の最底辺に位置付けられてきた娼妓の間でも古くから続けられていた。たとえば古代ギリシャの娼婦「ヘタイラ」は化粧をするが、貴族の女性は化粧をしない（すべきでないという風潮があった）などの例がある。歴史を通じて化粧は一方では権力と富の象徴であったが、それと同時に娼妓の象徴でもあった。化粧が蔑視されるもう一つの理由がここにある。

しかし近年、化粧蔑視の風潮に大きな変化が訪れた。30年ほど前から化粧の地位が上がり始め、ここ10年でめざましく上昇し、ついに化粧蔑視は影をひそめて化粧肯定論が台頭するに至った。その背景には次のような事実がある。歴史上何度目かの健康ブームのうちでも空前の規模のものを迎え、健康のための化粧の効用が

広く認知されるようになった。また、高齢化社会への突入を目前にして化粧品メーカーが独自にあるいは大学界に働きかけて始まった化粧品の有用性の科学的解明に、ここ10年のあいだにめざましい結果が出始めた。かつては高価で手に入りにくい化粧品や特定の成分が、技術開発と平成の不況下に一時話題になった「価格破壊」を機に、低価格化して手に入りやすくなり一挙に広まった。それに加えて1990年代の化粧品業界での「機能戦争」を経て機能が向上した化粧品も普及した。これらのようなさまざまな条件が整った上で、化粧が肯定的にとらえられるようになった。その後、化粧の心理的効用、老人性痴呆症・鬱病・PTSDなどへの効果や、免疫機能を高める効果も広く一般に認知されることで、化粧の社会的地位は目下急速に向上している。現在では化粧を積極的に利用していきいきと過ごすことが肯定的に語られるだけでなく、化粧をすることに対する非難やうしろめたさの感覚はなくなり、化粧が粉飾であるという批判はほとんど聞かれなくなっている。

それでも化粧に対する蔑視にはまだ根強いものがある。電車内などの公共の場で人目をはばからずに化粧をする女性に対する非難を詳しく見ると、礼儀や常識の観点だけでなく、社会問題として話題になること自体の背景に存する化粧に対する社会的眼差しに、化粧蔑視的なものを感じ取ることができる。ことにマスコミの化粧に対する言説や問題の取り上げ方に見られるように思われる。(たとえば、昨年までの「ヤマンパ」現象や子供の化粧と子供用化粧品、美容整形などを取り上げるとき)

以上大雑把ではあるが、化粧のイメージと社会的地位の変遷を見た。

2. 化粧の時間的・空間的普遍性

人類の歴史と文化を鑑みたときに、化粧は時間的・空間的な普遍性を持つことが判明する。時間的普遍性とは、有史以前から化粧が始まり、現在にいたるまで一度も途絶えたことがないことである。戦争や飢饉などにより生命の維持が困難な時期にあっても化粧は絶えることなく今日まで続けられている。空間的普遍性とは、ど

の文化においても化粧を持たないものはないことである。化粧は衣服以前にあると言っても過言でないくらいで、衣服で覆う体表面積が少なくなるにつれて化粧を施す体表面積が多くなる傾向が一般的に見られる。

したがって、人間を表現するときに「道具を使う動物」や「二足歩行をする動物」などさまざまなとらえ方があるが、化粧の時間的・空間的普遍性から人間のことを「化粧せずには生きられない存在」と言うこともできる。言い換えれば、文化の痕跡の刻まれていない人間の身体はない。すなわち、人間の身体は文化的身体である。また、生活の基本的な三要素が「衣食住」で表現されるが、化粧もこれらに並ぶものと考えられる。

3. 化粧研究のこれまでと現状

清潔を保つことなど生きるために必要な行為もその中に含み、生きることに必用なくても時間的・空間的普遍性を持つ化粧であるが、長らく無視や蔑視の対象としてありつづけ、非難や嘲笑の対象以外の「まともな」記録に残ったり、真面目に議論されたり、ましてや学術的研究の対象になることなど、これまでになかった。

化粧は人類の文化である。にもかかわらず、これまで化粧が「文化」としてとらえられたことも、ましてや論じられたこともほとんどなかった。早いところでは文化人類学が研究対象とする地域の化粧を扱う例が見られる。²⁾その後香粧品科学³⁾や皮膚と毛髪の研究、最近では免疫学や心理学の研究も盛んになり始めた。人文科学的研究では、化粧史の研究が比較的早くから(20年程度)組織的に始められている⁴⁾ほかは、個人の趣味や在野にすぐれた研究や資料蒐集が見られるが、⁵⁾数が非常に少ない。さらに、化粧品メーカーが社史を編纂するときに化粧史を調査したり、⁶⁾服飾史ほか隣接分野の大学教員が自身の研究の必要上から化粧に手を広げて研究を始める⁷⁾などがこれまでの状況だ。化粧の美学・哲学的研究となるときわめて少なく、⁸⁾人文科学だけでなく社会科学研究も併せて、化粧文化の研究はこれからの分野である。⁹⁾

4. 化粧文化研究は広大な科学である

「人はなぜ化粧をするのか」。この問いだけでなく、「色白はなぜ美人とされるのか」、「日本人はなぜ肌の美しさにこだわるのか」、「電車内で平気で化粧するのはなぜか、またなぜそれは非難されるのか」、「なぜ体臭を気にして清潔にこだわるのか、それなのになぜ地面に直接坐るのは平気なのか」、「いつの頃から美しさと痩せた状態が結びつくようになり、それはなぜなのか」、など、化粧文化に関する「なぜ」は尽きない。こうした「なぜ」に答えるためには、「そもそもなぜか」を問う哲学だけでなく、美学、歴史、民族学(民俗学も含む)、社会学、文学、大脳生理学、心理学、動物行動学、生理人類学、文化人類学、等々広範な知識と最新の見識を動員しなくては満足の行く答えを見つけ出すことはできない。問いの範囲が多分野にわたるものがほとんどだからだ。生活のなかの日常行為を対象にした科学は様々な分野の知見を総動員した総合科学になるが、化粧を対象にした場合も同様である。

したがって化粧文化研究は広大な科学である。化粧の自然科学的研究は20世紀後半にめざましい発展を遂げ、自然科学的研究において一研究分野としての社会的地位を確立しつつあり、社会的にはすっかり位置付けを持つに至った。しかし、化粧の文化的研究はこれからである。まだほとんど手のつけられていないこの分野を学的研究の1分野として社会的に確立し、これまで一人一人が散って細々と続けていた研究者の間をつないで情報交換の場を作り、さらに若い研究者が育つ場を作ることが必要である。そうした意味で、化粧文化学会の設立が望まれる。これは、研究を続ける上で一人の非力さと限界を痛感しているがゆえの切なる願いである。

5. 今後の方策

そこで、学的研究の一分野になるために必用なことが、今後しなければならないことになる。それが何が必要かを考えてみよう。

まず、対象とするものの範囲を決める必要がある。これは研究者各自に任せられるが、化粧文化研究全体としては、時代・宗教・民族・地

域を限定しない。「化粧」が示す範囲は、もっとも狭義の、たとえば「女性のメーキャップ」に限定する場合や、法律で定められている「化粧品」を使用する行為に限定する場合、筆者のように広範囲などさまざまな形が考えられるが、化粧文化研究全体としては限定しない。次に方法論だが、既存の研究分野の方法を借りたアプローチがまず考えられる。歴史的・人類学的・社会学的などの研究方法だ。これら既存の他分野の方法は大いに活用したい。しかし、それだけにとどまらず、化粧文化研究ならではのアプローチが必要になるとすれば、想定されるのは次のようなことだ。

従来の科学は人間のあり方・行動等について第三者的視点で「客観的に」表現することに終始してきた。しかし化粧をテーマにするときには、官能検査のように、当事者の一人称的な感覚も重要な視点になる。化粧の本質には関係性があるので、自分にとってどうであるか、それと同時に特定の二人称関係の相手(ドイツ語の du やフランス語の tu に相当する関係の相手)との関係、そして不特定の相手と3つの位相の関係性が優先順位なく同程度に重要な話題と視点になる。すなわち、1人称・2人称・3人称の関係性それぞれの記述が必要と考えられる。そこで、これまでの科学になかった1人称と2人称の科学的記述(客観的記述)の方法と、その科学性を支持する方法論が必要になることが予想される。それはすなわち次のようなことだ。

以前筆者が提案した概念に「やつし」というものがある。美を求める際の態度の1つであるが、定義は「自分自身の身体を現実に変化させること」である。¹⁰⁾この「やつし」の態度で考察した結果の記述がどうすれば学的なものとなり、どう扱えばよいかが、化粧文化のユニークな特徴になると予想される。この問題の議論と展望については今後の機会に譲ることにする。

6. 哲学的化粧論のあゆみと今後

最後に筆者のこれまでの化粧文化研究の歩みを振り返って、今後必要なことを明確にしたい。「人はなぜ化粧をするのか」。この問いに出会い向き合ってから今年で10年目を迎えた。学生時

代の9年間は西洋哲学(現象学)を専門にしていたが、思いがけない縁で化粧品会社に就職し、化粧文化研究を始めて以来のことだ。女性であり、「きれいになりたい」という願望を持ち、お洒落に興味があり、学生特有の制約された経済的条件の中でも工夫をし自分なりのお洒落をして来た筆者は、入社前から化粧もしていたが、研究の対象にしたのは就職がきっかけだ。

まず最初にしたことは、「人はなぜ化粧をするか」という問いに対してハイデガーの現存在分析の理論を用いた化粧の位置付けを試みた。「化粧は人間の存在と同根である」というのがその結論だ。¹¹⁾また、「ナチュラルメイク」と呼ばれる化粧の概念を明らかにし、それがどんな美意識に裏付けられているかを明確にした。それは、日本の美意識をとらえる上で1本の軸となる「風流」という美的概念であり、さらに「風流」を軸に日本の美術史と日本人の美意識の歴史を整理・図形化を試みるというものだ。¹²⁾その過程で同時に、「なぜ日本人が肌にこだわり、なぜ日本の女性が世界で最もスキンケアに熱心なのか」の解明も試みた。「色白はなぜ美人の条件か」に関しては、前述の研究結果と併せて、「しろ」という色の象徴性を調査することで色彩に関する美意識の面からも仮説を補強した。¹³⁾これには美学だけでなく民族学(と民俗学)的アプローチや色彩光学や色彩心理学の知見も必要であった。これに関連して化粧に用いられる他の色についても同様の研究をしたこともある。¹⁴⁾また、流行やヒット商品の背景を探る研究からは、癒しブームと体験型消費ブームを「やつし」という概念で位置付け、19世紀末を「黒い世紀末」、20世紀末を「白い世紀末」ととらえて対比することで21世紀の動向を探るなどの試みも行った。¹⁵⁾

これまでの中でもっとも哲学的な研究としては、「サクセスフル エイジング」という企業活動の定義と意味付けがある。¹⁶⁾これは新しい美的価値の提案として、社会に対する提言になり、現在も引き続き行なっている。また、現在展開中のものとしては、フェミニズムもふまつつもそれだけに縛られない形での新しい女性性の提案に向けた「女らしさの未来形」研究や、20

世紀日本の化粧史プロジェクトの一環としての、身体観・健康観と美意識の変遷の研究がある。これらの研究は純粹に基礎的な研究だけでなく、企業での研究業務としての性格から企業の商品開発、マーケティング、企業倫理等にも活用した。それだけでなく、社会に対する提言にも結びつける試みをしている。とくに「人の美しさ」という価値観に関する研究から、多様な価値観の共存する社会をめざしての提言を行なってきた。

7. はずしてはならない美的価値：人それぞれ・年それぞれの美しさ¹⁷⁾

20世紀になって美しさと若さの結びつきが強化し、美的基準年齢は下がる一方である。この傾向はアメリカで著しいが、日本でもタレントの年齢やマスコミに取り上げられる消費の花形年齢が10代にまで低下している。高校を卒業したり20歳になると社会的流通価値が突然低下して「オジサン」「オバサン」になってしまい、「人生おしまい」と真剣に考えている若者も実際少なくない。これと同時に、成熟していない身体の証であるスリムな身体が美の象徴とされ、医学的健康の観点では良好でも「自分は太り気味なので痩せたい」と思う女子高校生は8割近くに上り、無理なダイエットによってかえって心身に問題が生じるなどの現状がある。また化粧の面では、シーズン毎の流行の顔や、多くの者が憧れる数人の有名人の顔を手本にして、自分自身との違いを穴埋めしてそれに近づこうとする欠点克服型の「努力」がなされ、その結果、化粧や整形で同じ印象の顔が街に増加することになる。これらの現象は美的基準が個人に外在化していることに由来する。そこで、美的基準を個人に内在化させ、その個人にしか表現できない美を発見・表現し、同時に美しいとされる年齢も一箇所に集中させずに何歳であってもその年齢にしかない美しさを発見・表現するという、発想の転換を図ることを始めた。この新しい価値観を「人それぞれ・年それぞれの美しさ」と名付けた。こうすることによって多様な価値が共存する社会を実現し、その結果として一人一人が生きやすくなり、よく生きることの実現に近づくものと考えているからだ。

美しさの基準を外に求めず自分の内に求め、自分にしかできない表現を探って実現すること。それと同時に、たとえば「20年前の私と現在の私と20年後の私」を比較したときに、どれにも違ったよさがあり、どれが美的に最もすぐれているかを比較するのがナンセンスになるようなあり方と評価の方法。この「人それぞれ・年それぞれの美しさ」を実現するには、当人の意識だけでなく、周囲の意識の変化が欠かせない。いくら当人が新しい価値観による美を発見・実現しても周囲の評価が得られなければ、当人にとっては美を得たことにはならず、続けることもできない。人間の身体的美も化粧と同様に関係性を基本とするものなので、新しい価値観を実現しようとしている者に対してそれを正當に評価することができる能力と意識を本人だけでなく周囲の者も同時に持つ必要がある。

化粧文化研究を遂行する際に忘れてはならないのは、美的価値観が人の幸不幸に大きく影響を与えることだ。よく生きることをめざすのなら、美的価値基準をどう設定し、それをどう普及するかを忘れてはならない。

注

- 1) 新村出編『広辞苑』、岩波書店、1982年より、「化粧業」の項目を引用。
- 2) いわゆる「未開」の文化など、地域的に偏ったものが多い。現代的な生活をする世界の大多数の都会人の化粧はあまり対象とされていない。
- 3) 化粧品と医薬部外品に関する自然科学的研究。(主として化学・薬学)
- 4) 日本ではポーラ文化研究所がいまのところ唯一の化粧史研究組織。
- 5) 文化誌研究家の春山行夫氏など。
- 6) 社員が調べる場合と外注の場合がある。社員では、これが契機となって化粧史の専門家になった高橋雅夫氏など。高橋雅夫『化粧ものがたり』雄山閣、1997年など、著書・監修書多数。外注では、民俗学者の久下司氏など。久下司『化粧』法政大学出版局、1970年。
- 7) 青木英夫氏など。青木英夫『西洋化粧文化史』源流社、1979年。

- 8) 哲学者鷲田清一氏がモードから顔へとテーマを移したときに化粧にも言及。また、海外ではフランスのポンピドーセンターが編集した本に哲学・社会学からの論文が見られる。今村仁司監訳『化粧』『トラヴェルス1』、リプロポート、1986年。
- 9) 参考までに、化粧文化の講義がある大学は、筆者の知る限りではつい最近まで女子大学と女子短大に限られていた。その多くは服飾専門学校が前身である。さらに、他の専門の教員の授業ではなく、化粧文化が専門の専任教員のいる大学はいまのところ筆者の本務校ただ一つだけである。また、風俗学や顔学、民族学など他の関連分野の学会ではなく、化粧文化専門の学会もまだない。
- 10) 石田かおり『おしゃれの哲学』理想社、1995年、第三章。
- 11) 石田香里「現象学から見た化粧」、資生堂ビューティーサイエンス研究所『化粧心理学』、フレグランスジャーナル社、1993年。
- 12) 石田かおり『おしゃれの哲学』、理想社、1995年。石田香里「近現代日本女性のメーキャップ考」、『人間文化研究年報』第18号、1994年、お茶の水女子大学人間文化研究科。
- 13) 石田かおり『『しろ』のものがたり』、『研究紀要 おいでるみんな』Vol.8、資生堂企業資料館、1999年。
- 14) 『エステティック』、日本エステティシャン協会。1998年2月から1999年1月までの連載「いろ色のはなし」。
- 15) これらの成果は社内研究発表会や社内レポートとして発表。
- 16) 資生堂ビューティーサイエンス研究所『サクセスフル エイジング美容理念』1997年、資生堂ビューティーサイエンス研究所『人それぞれ・年それぞれの美しさ サクセスフル エイジング』1997年。(いずれも社内資料・非売品)
- 17) 「人それぞれ・年それぞれの美しさ」の詳細な議論については以下の論文を参照。石田かおり「身体とジェンダーの近代」、『現象学年報16』、日本現象学会、2000年。

その他の参考文献

『日本国語大辞典』小学館、2001年ほか、各種国語辞典。